

La apuesta internacional de Doxa Comunicación. parámetros de calidad y desafíos editoriales

Blanco Alfonso, Ignacio; Rodríguez Luque, Cristina

Veröffentlichungsversion / Published Version
Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Blanco Alfonso, I., & Rodríguez Luque, C. (2018). La apuesta internacional de Doxa Comunicación. parámetros de calidad y desafíos editoriales. In *Revistas científicas de ciencias de la información en el abismo* (pp. 111-138). Sevilla: Ed. Egregius. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-57765-1>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by/1.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more Information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by/1.0>

CAPÍTULO VI

LA APUESTA INTERNACIONAL DE DOXA COMUNICACIÓN. PARÁMETROS DE CALIDAD Y DESAFÍOS EDITORIALES⁶

Dr. Ignacio Blanco Alfonso

Universidad CEU San Pablo, España

Dra. Cristina Rodríguez Luque

Universidad CEU San Pablo, España

Resumen

La cabecera *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales* acumula 15 años de peripecia editorial. La incorporación progresiva y constante de estándares de calidad la sitúan entre las principales revistas científicas españolas en el ámbito de las Ciencias Sociales. Pero aún queda un largo trecho hasta alcanzar los índices de impacto internacionales.

Con el objetivo de que *Doxa Comunicación* aumente el interés de investigadores y académicos como plataforma de transferencia del resultado de sus investigaciones, el equipo de dirección se encuentra inmerso en un proyecto de internacionalización y de mejora del factor de impacto de la revista. El siguiente texto ofrece una descripción diacrónica de los hitos alcanzados en este proceso.

El reto, sin embargo, enfrenta a *Doxa Comunicación* con su propia realidad, que es compartida por otras revistas españolas: la profesionalización frente al compromiso personal de sus responsables. Si bien la vocación de servicio a la comunidad científica con que fue fundada en 2003 permanece intacta y alienta la publicación de dos números al año en edición bilingüe, lo cierto es que el ecosistema de índices de impacto internacional impone unas exigencias profesionales difícilmente asumibles sobre la única base del voluntarismo de editores y revisores externos.

Está fuera de toda discusión que la comunidad científica necesita un amplio espectro de revistas en las que difundir el resultado de su trabajo. El futuro de la ciencia española requiere, además, que dicho elenco de cabeceras cuente con un número significativo de ellas presente en los índices de impacto internacionales. Sin embargo, la asunción de este compromiso con la comunidad científica española y el reto de afrontar la internacionalización

⁶ Este trabajo se encuadrada dentro del Programa de Actividades sobre Vulnerabilidad Digital (PROVULDIG-CM), referencia S2015/HUM-3434, financiado por la Comunidad de Madrid y el Fondo Social Europeo.

de nuestras revistas nos lleva a someter a discusión, a través del caso de *Doxa Comunicación*, las acciones y los procedimientos adecuados para lograrlo.

Palabras clave

Doxa Comunicación, Ciencias Sociales, revistas científicas, gestión editorial, factor de impacto

Introducción

La renovación del conocimiento solo se consigue cuando se conoce lo que se ha avanzado en cualquier campo de la ciencia. Es imposible progresar si se ignora lo que otros ya han descubierto. Para tal fin, las revistas científicas son instituciones que desempeñan una función imprescindible al posibilitar la transferencia de nuevo conocimiento entre los miembros de la comunidad científica. Sin embargo, en un mundo digital y globalizado, donde las interacciones humanas son instantáneas y, a menudo, efímeras, la transmisión de hallazgos y nuevas perspectivas sobre los acuciantes problemas científicos debe fundamentarse en la confianza de que la información que se publica responde a criterios de científicidad, calidad y utilidad.

Conscientes de esta misión, *Doxa Comunicación. Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, lleva 15 años prestando servicio a la comunidad científica nacional e internacional. Fundada en 2003 en el seno del Departamento de Periodismo de la Universidad CEU San Pablo de Madrid, nació auspiciada por el profesor Luis Núñez Ladevéze, a la sazón director de dicho Departamento, con la colaboración de los profesores Salomé Berrocal Gonzalo e Ignacio Blanco Alfonso.

En su editorial fundacional se declaraba el propósito de la revista de mostrar “la disposición de la Universidad CEU San Pablo a la relación intelectual, a la innovación y a la transmisión del conocimiento para fomentar foros de interacción científica en la comunidad universitaria” (*Doxa Comunicación*, 2003). La nueva cabecera aspiraba “a ser una prueba de rigor, independencia, criterio, diálogo interdisciplinar y analítico en el campo de las ciencias sociales, específicamente las orientadas al estudio de las bases teóricas y los desarrollos cognoscitivos de la comunicación colectiva: el periodismo, la opinión pública, el derecho de la información, la publicidad y la comunicación audiovisual”.

“Nada de lo que está escrito en el ámbito de la ciencia –proseguía aquel pliego de intenciones– tiene por fin quedar definitivamente establecido. Por su propia naturaleza, el conocimiento científico es relativo y transitorio. No es que esté abierto a la crítica, es que se alimenta de ella porque su fin es la continua renovación. Por su exposición a la comprobación, a la refutación y al debate, el conocimiento científico, más que ninguna

otra actividad humana, sobrevive a la insufrible condición prometeica de progresar sin necesidad de saber dónde están los cimientos ni dónde se encontrará la meta. *Doxa Comunicación* se fundamenta en la firmeza de quienes saben que la ciencia no es un fin por sí mismo, sino un servicio al hombre y a la humanidad.

Doxa Comunicación comparte el criterio de que el conocimiento no agota plenamente su sentido renovándose y progresando, sino transformándose en instrumento de una finalidad humanística que lo trasciende. Y si esto es verdad en cualquier ámbito científico, ha de serlo por su específica condición en el de las ciencias de la comunicación humana. Parafraseando a Gadamer, ***Doxa Comunicación*** asume como lema que será ‘mal comunicador el que crea que puede o debe quedarse con la última palabra’. Nos proponemos que este lema sea un principio, un punto de partida y no una conclusión ni un destino. De nuestra humildad como científicos surge la convicción de que la última palabra no puede estar al alcance de ningún conocimiento renovable” (*Doxa Comunicación*, 2003).

Por lo tanto, *Doxa Comunicación* se fundó sobre los pilares de la innovación y la renovación del conocimiento, la interacción con otras comunidades científicas, el diálogo interdisciplinar, el rigor editorial, la humildad intelectual y la vocación de servicio a la humanidad.

El hecho de nacer en el seno de un departamento universitario y no, por ejemplo, en el de una empresa editorial, le confirió inmediatamente algunos de sus rasgos constitutivos, compartidos por otras revistas semejantes: nunca ha perseguido el ánimo de lucro (la difusión es abierta y gratuita) ni ha repercutido contra los autores ninguna tasa por proponer, evaluar ni publicar manuscritos. Tampoco se gratifica monetariamente el trabajo del equipo editorial ni de los revisores externos. La estructura de funcionamiento se basa en el voluntarismo y el compromiso de las personas que hacen posible la publicación semestral de la revista, lo que realza el valor de los logros alcanzados por *Doxa Comunicación* durante estos 15 años de vida.

Objetivos generales

En el presente trabajo proponemos al lector una reflexión sobre las reformas necesarias que puede acometer una revista científica española de Ciencias Sociales para mejorar el alcance y repercusión de los trabajos que publica, es decir, para que las investigaciones de sus autores consigan la relevancia que merecen y un adecuado factor de impacto.

Como es sabido, el factor de impacto es un indicador dependiente de variables endógenas y exógenas a la propia revista. En este trabajo se describirán las acciones llevadas a cabo por *Doxa Comunicación* para afianzar los cri-

terios de calidad editorial, informativa y del proceso de revisión de originales, así como las acciones conducentes al aumento de la difusión de los contenidos y la atracción de investigadores solventes y rigurosos.

Método

Ofrecemos al lector una radiografía de la situación actual de *Doxa Comunicación*, con el detalle pormenorizado de los hitos logrados con el paso del tiempo y de los indicadores que pueden objetivamente orientar la necesaria internacionalización a la que aspira la revista.

Se ha procedido a un vaciado sistemático de las contribuciones publicadas por *Doxa Comunicación* durante sus 15 años de vida, cuyos datos son presentados con tablas y figuras que facilitan la comprensión de los mismos.

Así mismo, se ofrece una relación de los indicadores externos de calidad de la revista, con la presencia en bases de datos, repositorios e índices de evaluación.

Finalmente, se enuncian las acciones de mejora que han sido recientemente implementadas o que lo serán en próximas fechas, y que deberían incrementar la calidad de *Doxa Comunicación*, así como la repercusión e impacto de la investigación de sus autores.

Resultados

El contenido del análisis efectuado sobre los 15 años de vida de *Doxa Comunicación* arroja una serie de indicadores que permiten calibrar la posición relativa de la revista entre sus pares nacionales.

Se ofrecen, en primer lugar, los datos referidos a las *variables endógenas* de la propia publicación:

1. Consecución de los objetivos propuestos por la revista
2. Composición de sus consejos editorial y científico evaluador
3. Parámetros de calidad editorial, informativa y de revisión de originales
4. Indicadores de exogamia y endogamia
5. Últimos indicadores de recepción, aceptación y rechazo de originales
6. Tasa de internacionalización de los autores

A continuación, se expone la información referida a las *variables exógenas* de la revista:

1. Presencia en bases de datos, repositorios e índices de calidad

El trabajo finaliza con un apartado referido a las últimas mejoras implementadas en *Doxa Comunicación* y un avance de las acciones que la cabecera se propone llevar a cabo próximamente.

Análisis de las variables endógenas de calidad de la revista.

1. Consecución de los objetivos propuestos por Doxa Comunicación.

Como se mencionó en la introducción, la revista nació con la vocación de contribuir al progreso de la ciencia nacional e internacional. Así expresado puede parecer un objetivo difuso que, sin embargo, se sustenta en hechos concretos, comenzando por la propia creación de la revista.

Pretendían sus fundadores lanzar una cabecera que ensanchara el elenco de publicaciones académicas españolas existente a principios de este siglo en el campo de las Ciencias Sociales. Tras la Declaración de Bolonia el 19 de junio de 1999, la Universidad española afrontaba el comienzo del siglo XXI con el desafío de adaptarse al Espacio Europeo de Educación Superior (Declaración de Budapest-Viena, 2000), cuyos retos –conviene recordarlo– no solo pasaban por la adaptación de los planes de estudio al sistema de transferencia de créditos europeos (ECTS), sino a la incorporación de protocolos de verificación de la calidad de la enseñanza que cristalizarían en la oficialización de las titulaciones, de los centros de enseñanza y del profesorado.

La acreditación del personal docente e investigador acabaría basándose, en gran medida, en la evaluación de la actividad investigadora, de donde vino la necesidad perentoria de poner a disposición de la comunidad universitaria una tupida red de revistas científicas de calidad que pudiera transferir el creciente volumen de resultados de la investigación. De hecho, en opinión de los editores de las revistas españolas de Comunicación, su “papel primordial será ayudar a la acreditación de los investigadores” (Baladrón y Correyero, 2012: 36).

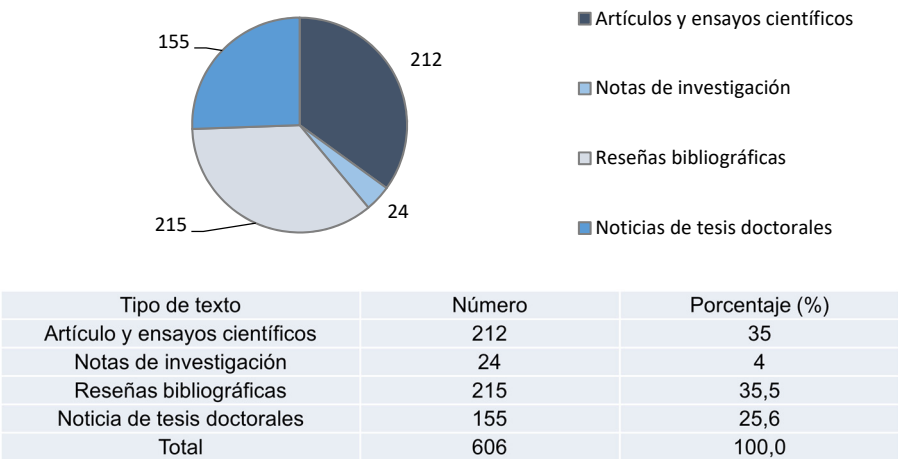
En este contexto, *Doxa Comunicación* nació en 2003 con la vocación de servicio a la comunidad científica nacional e internacional, y más allá de otros parámetros de calidad que enseguida comentaremos, se puede afirmar que su trayectoria de 15 años de publicación ininterrumpida es probada muestra del cumplimiento de este objetivo germinal.

Desde su fundación en 2003, la revista ha publicado 606 contribuciones distribuidas en los cuatro apartados que dividen su contenido: artículos y ensayos científicos, notas de investigación, reseñas de novedades bibliográficas y noticias de tesis doctorales.

Como puede observarse en la figura 1, el 39% de los textos publicados en *Doxa Comunicación* (236) son artículos y ensayos científicos, y notas de investigación. En total, en los 25 números de la revista, se han publicado

212 artículos y ensayos científicos, y 24 notas de investigación. Como secciones propias de esta publicación, figuran también 215 reseñas bibliográficas que representan un 35,5% de la revista y 155 noticias de tesis doctorales que suponen un 25,6%.

Figura 1. Tipo de textos publicados en los 25 números de *Doxa Comunicación*



Fuente: Elaboración propia

La proporción de contribuciones hay que observarla atendiendo a la periodicidad de la revista, que muestra la Tabla 1. Si se analiza en detalle el tipo de texto de los 25 números, se ve que, en los 6 primeros el número de artículos era mayor con una media de 12 por número y, a partir de *Doxa VII*, cuando la publicación comienza a ser semestral -con un número en mayo y otro en noviembre- el número de artículos se reduce a una media de 7,36 artículos por ejemplar, con un mínimo de 5 y un máximo de 9.

La sección titulada “Notas de investigación”, donde se da cabida a avances de resultados y a investigaciones en desarrollo, cuenta con menor número de contribuciones. En concreto, entre 1 y 3. En cuanto a las reseñas de novedades editoriales, se publican una media de 8,6 por ejemplar. El máximo de reseñas lo contiene el número XVII con 15 reseñas y el mínimo, el número VII que sólo tiene 1 reseña bibliográfica.

Respecto a las “Noticias de tesis doctorales”, sección que nació para divulgar las novedades en este campo académico, el máximo lo registra la revista XXI con 11 tesis, y el mínimo, los números XIII, XIX y XX en los que no se

incluye ninguna. La media de tesis doctorales de las que se da noticia en los 25 números es de 6,2.

Tabla 1. Cronograma de tipos de texto publicados en los 25 números de *Doxa Comunicación*

	Nº Revista	Artículos y ensayos científicos	Notas de investiga- ción	Reseñas bibliográ- ficas	Noticias de tesis doctorales	Total
ANUAL	I (2003)	12	0	6	5	23
	II (2004)	13	0	8	9	30
	III (2005)	15	0	11	9	35
	IV (2006)	10	0	13	9	32
	V (2007)	10	0	10	9	29
	VI (2008)	12	0	10	8	30
SEMESTRAL (mayo y noviembre)	VII (11/2008)	7	2	1	6	16
	VIII (05/2009)	8	2	9	5	24
	IX (11/2009)	8	2	8	8	26
	X (05/2010)	8	2	10	6	26
	XI (11/2010)	5	3	7	7	22
	XII (05/2011)	5	3	8	4	20
	XIII (11/2011)	8	2	8	0	18
	XIV (05/2012)	7	1	9	6	23
	XV (11/2012)	8	1	11	5	25
	XVI (05/2013)	8	1	11	10	30
	XVII (11/2013)	8	0	15	4	27
	XVIII (05/2014)	8	0	8	5	21
	XIX (11/2014)	9	0	5	0	14
	XX (05/2015)	8	0	6	0	14
	XXI (11/2015)	7	2	6	11	26
	XXII (05/2016)	6	2	12	6	26
	XXIII (11/2016)	7	0	7	8	22
	XIV (05/2017)	7	1	10	6	24
	XV (11/2017)	8	0	6	9	23
	Totales	212	24	215	155	606

Fuente: Elaboración propia

2. Composición de los consejos editorial y científico evaluador.

Un elemento distintivo de este tipo de publicaciones es la existencia de consejos científicos integrados por profesionales e investigadores de reconocido prestigio en el área de conocimiento. Su presencia en la página de créditos de la revista avala la calidad de la misma y refuerza el compromiso de establecer redes intelectuales que faciliten la interacción entre grupos e investigadores nacionales e internacionales.

En el caso de *Doxa Comunicación*, y de acuerdo –entre otros- con los criterios 1, 2 y 8 de calidad editorial establecidos por FECYT en su sistema de evaluación de la calidad de las revistas científicas españolas (FECYT, 2007), aparecen diferenciados en tres bloques los miembros del Equipo directivo, del Consejo editorial y del Consejo científico internacional, todos con mención de su filiación institucional.

El Consejo editorial está compuesto por 13 miembros, de los que 8 (61,5%) son externos a la Universidad CEU San Pablo (el criterio 2 establece que al menos un tercio de dicho consejo será externo a la institución promotora de la revista).

El Consejo científico internacional está compuesto por 45 miembros, todos ellos externos a la institución promotora de la revista; 13 de ellos (29%) están afiliados a centros de investigación internacionales de Europa, América del Sur y Estados Unidos (el criterio 8 establece al menos un 10% de los miembros será internacional).

3. Parámetros de calidad editorial, informativa y de revisión de originales.

Desde su nacimiento, *Doxa Comunicación* aspiró a convertirse en una revista científica de referencia, lo que pasaba por implementar una serie de estándares de calidad que afectarían a la configuración de tres ámbitos en cierto modo relacionados entre sí: la estructura de la revista, la difusión de los contenidos y la relación con los autores.

No es necesario enumerar aquí los parámetros de calidad editorial por ser de sobra conocidos y compartidos por las agencias e instituciones que verifican la excelencia de las revistas. En el caso de *Doxa Comunicación*, la incorporación de estos estándares se basó inicialmente en la observación de los 33 criterios de calidad de Latindex, de cuyo catálogo principal la revista forma parte desde octubre de 2005.

En junio de 2008, tras la celebración de la primera convocatoria de evaluación de la calidad de las revistas científicas españolas llevada a cabo por la FECYT, *Doxa Comunicación* fue enriqueciendo paulatinamente su política editorial e incorporando dichas recomendaciones. En 2014, la revista participó en la IV convocatoria de evaluación de revistas científicas españolas,

donde obtuvo el sello de calidad que evidencia el cumplimiento de los mencionados parámetros.

Este proceso cristalizó en una “**Declaración de Conducta y Buenas Prácticas**” por parte de *Doxa Comunicación*, cuyo texto dice así:

“La revista *Doxa Comunicación* declara que su objetivo fundamental es contribuir al progreso del conocimiento científico. Ningún interés comercial ni económico subyacen a la actividad editorial y divulgativa de esta revista, por lo que la aceptación o rechazo de los manuscritos recibidos se ajustará escrupulosamente a los principios de científicidad de los textos y a los estándares de calidad editorial propios de las publicaciones científicas.

A continuación, se especifican los criterios de conducta y buenas prácticas que rigen la actividad del Consejo Editorial, así como el compromiso de los autores y de los evaluadores externos de *Doxa Comunicación*:

I. Compromiso del Consejo Editorial

Doxa Comunicación asegura la confidencialidad de los autores de los textos recibidos y de los evaluadores relacionados con el proceso de revisión externa.

Doxa Comunicación decidirá sobre la publicación de los textos en un plazo que no perjudique su actualidad: un mes como máximo para la aceptación o rechazo del manuscrito, y cuatro meses más para la aceptación o denegación definitiva.

Doxa Comunicación someterá todos los originales recibidos a evaluación externa, doble y anónima por especialistas del área o tema. Para ello se servirá de los términos de referencia y glosarios incluidos en los manuscritos.

En caso de que el sentido de las evaluaciones sea divergente, *Doxa Comunicación* se compromete a enviar el manuscrito a un tercer evaluador, cuyo dictamen será definitivo para la aceptación o no del trabajo.

Doxa Comunicación mantendrá informados a los autores sobre la fase en que se encuentren los originales durante el proceso de evaluación.

El elenco de evaluadores externos será revisado y actualizado periódicamente.

La aceptación de originales se atenderá a criterios de rigor conceptual, coherencia racional, relevancia científica del área temática de la publicación y de no conculcación del ideario institucional de respeto a la dignidad de las personas.

Doxa Comunicación tendrá permanentemente abierto un buzón de quejas a las que responderá unitariamente.

II. Compromiso de publicación para autores

Los autores de los manuscritos garantizan que los textos remitidos a *Doxa Comunicación* son originales no publicados completa o parcialmente en otra revista.

Los autores utilizarán la bibliografía más solvente y actual relativa al tema sobre el que versa el artículo.

Los autores no discriminarán por motivos ideológicos o intereses comerciales o de otro tipo las referencias y fuentes de autoridad utilizadas.

Los autores se comprometen a incluir una copia anónima del original que será utilizada para la doble revisión externa.

III. Compromiso de evaluadores externos

Los evaluadores aplicarán criterios de racionalidad científica en la ponderación de los textos que se les envíen para su revisión.

Los evaluadores se comprometen a elaborar un informe ecuaníme en el que se especifique el grado de aportación, actualidad, consistencia, rigor y claridad expositiva del texto.

Antes de aceptar la revisión de un manuscrito, los evaluadores indicarán a la dirección de la revista si el tema se ajusta a su especialidad y alertarán de eventuales conflictos de intereses.

Los evaluadores se comprometen a cumplir los plazos señalados por la dirección de *Doxa Comunicación*, de modo que la elaboración del informe no retrase la publicación de los textos.

Los evaluadores elaborarán un informe basado en la plantilla de revisión facilitada por la revista. A él añadirán las observaciones que consideren pertinentes para que el editor se haga una justa apreciación del manuscrito y el autor pueda rectificar y mejorar la calidad del mismo.

4. Indicadores de exogamia y endogamia

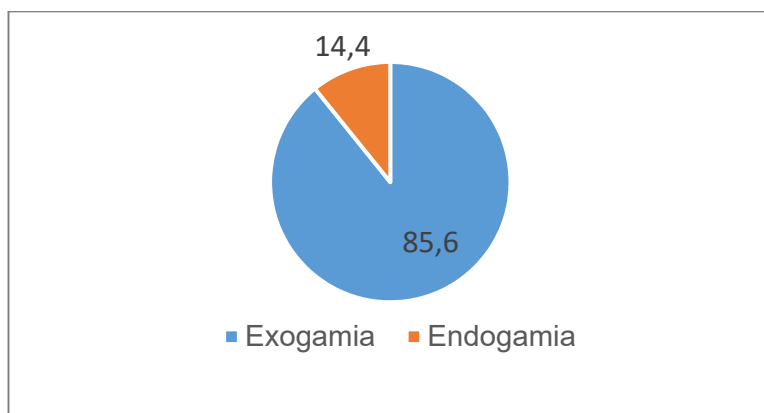
Uno de los factores que indirectamente refleja el prestigio de la revista en un campo de conocimiento procede de la tasa de endogamia y exogamia de los autores. Se entiende que el número de contribuciones procedente de la misma institución promotora de la revista debería ser notablemente inferior al de contribuciones procedentes de instituciones externas, pues la dispersión editorial está probada como uno de los factores determinantes en la evaluación del currículum de un investigador.

En este sentido, y de acuerdo con los criterios de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI), el grado de endogamia editorial vendrá fijado por la regla de que “más del 75% de los autores serán externos al comité editorial y virtualmente ajenos a la organización editorial de la revista” (MECD, 2017).

Una tasa de exogamia alta pone de manifiesto el interés de los autores por publicar el resultado de sus investigaciones en unas determinadas revistas de las que esperan obtener una evaluación científica constructiva y rigurosa, una respuesta adecuada en tiempo y forma, y una difusión conveniente para conseguir que su trabajo sea conocido y leído entre los miembros de su comunidad académica de referencia.

En el caso de *Doxa Comunicación*, la tasa de exogamia es del 85,6%, y la de endogamia, del 14,4% (figura 2). Es decir, prácticamente 9 de cada 10 autores que publican en la revista proceden de instituciones diferentes a la Universidad CEU San Pablo.

Figura 2. Procedencia de los autores

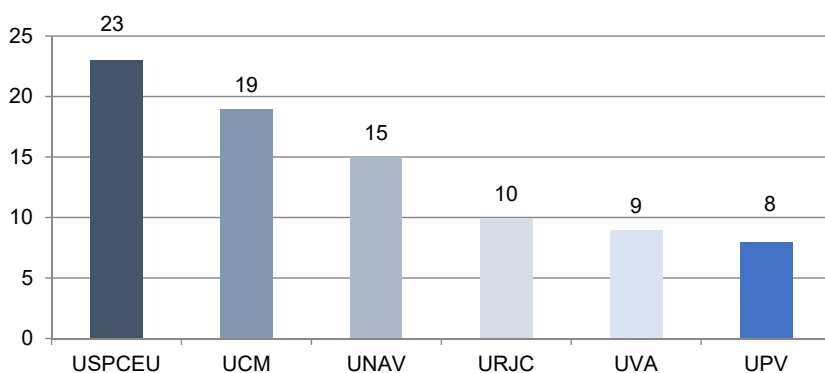


Fuente: Elaboración propia

En los 25 números publicados hasta noviembre de 2017, han contribuido un total de 314 autores. La mayoría de ellos, el 87,8% con un solo texto, y 12,1% (38 autores) con entre uno y cuatro artículos.

En la figura 3, se muestra la filiación de los autores de los artículos publicados en los 25 números de *Doxa Comunicación*. Las universidades que más artículos insertan en la revista son, en orden descendente: USPCEU (10,8%; 23 artículos); Universidad Complutense de Madrid (9%; 19 artículos); Universidad de Navarra (7,1%; 15 artículos); Universidad Rey Juan Carlos (4,7%; 10 artículos) y la Universidad de Valladolid (4,2%; 9 artículos).

Figura 3: Filiación del primer autor de los artículos

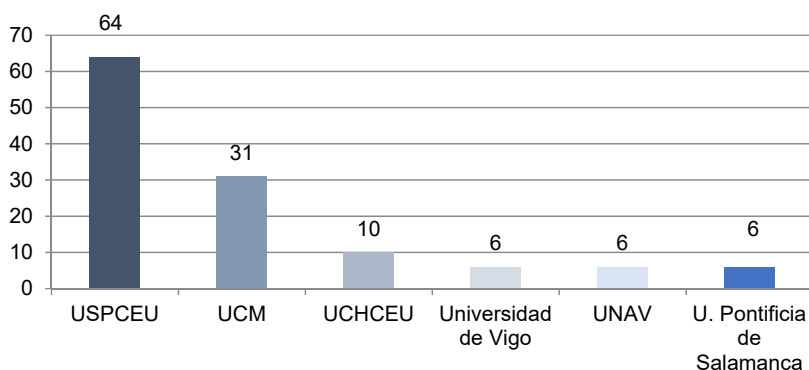


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las tesis doctorales de las que se da noticia, proceden de 23 universidades: 64 de la Universidad CEU San Pablo, 31 de la Universidad Complutense de Madrid, 10 de la Universidad CEU Cardenal Herrera, 6 de la Universidad de Vigo, UNAV y la Universidad Pontificia de Salamanca, 4 de las Universidades de Málaga y San Jorge. También se registran tesis doctorales defendidas en Comunicación en la Universidad de Murcia, la Universidad de Salamanca y la Universidad de Huelva. En la figura 4 se representan aquellas universidades de las que proceden más de cinco tesis doctorales.

Figura 4: Universidades con más de 5 tesis doctorales publicadas en

Doxa Comunicación



Fuente: Elaboración propia

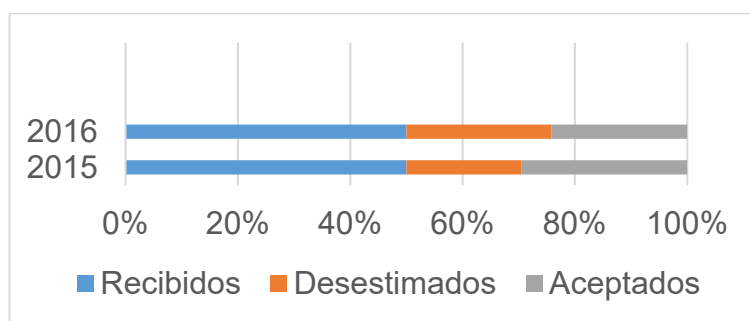
5. Últimos indicadores de recepción, aceptación y desestimación de originales

La tasa de aceptación de manuscritos originales se sitúa en torno al 50% de media histórica. Los datos de los 4 últimos números de *Doxa Comunicación* (22, 23, 24 y 25) publicados en 2015 y 2016 así lo indican.

En 2015 se recibieron 22 propuestas de artículos y ensayos de investigación, de los que el 40,9% (9) no obtuvieron informe de evaluación favorable.

En 2016 se incrementó ligeramente esta tasa; de los 29 artículos y ensayos científicos recibidos, 15 (51,7%) obtuvieron informe desfavorable.

Figura 5. Indicadores de recepción, aceptación y desestimación



Fuente: Elaboración propia

6. Tasa de internacionalización de los autores.

Los artículos publicados en *Doxa Comunicación* tienen hasta cuatro autores. En las tablas siguientes, se muestra su procedencia geográfica. Destacan los textos procedentes de Universidades y centros de investigación españoles, pero es posible encontrar contribuciones de tres continentes: Europa, América, y Asia.

En el caso del primer autor, 212 textos (el 89,8%) son de procedencia española; 6, de Argentina; 3, de Estados Unidos; 3, de Perú, y 2 de Colombia, Chile y México. Se muestran en detalle en la siguiente tabla y mapa.

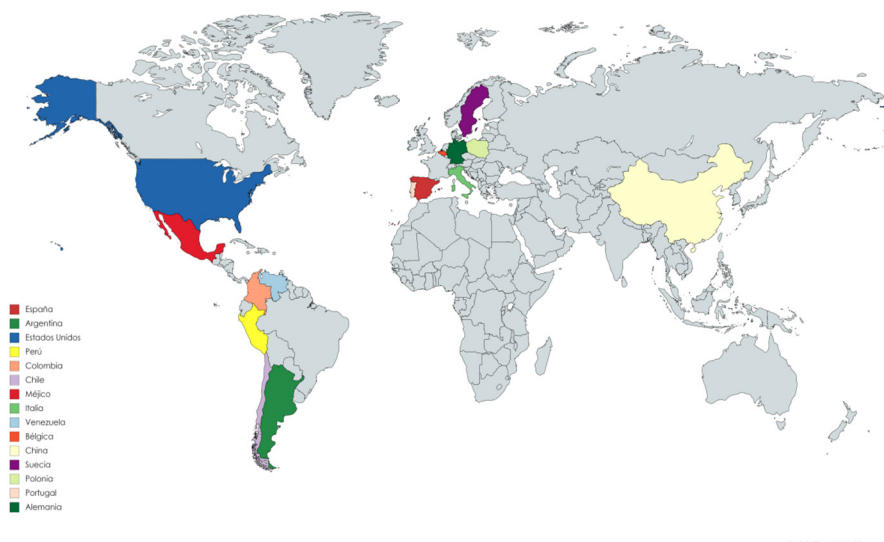
Tabla 2: Países de procedencia de los autores primero y segundo de artículos y ensayos científicos, y notas de investigación en los 25 números de *Doxa Comunicación*

País primer autor	Número	%
España	212	89,8
Argentina	6	2,5
Estados Unidos	3	1,3
Perú	3	1,3
Colombia	2	0,8
Chile	2	0,8
Méjico	2	0,8
Italia	1	0,4
Venezuela	1	0,4
Bélgica	1	0,4

Fuente: elaboración propia

País segundo autor	Número	%
España	84	35,6
Polonia	1	0,4
Estados Unidos	1	0,4
Perú	1	0,4
Argentina	1	0,4
Alemania	1	0,4
Portugal	1	0,4

Figura 6. Distribución geográfica de los autores que han publicado en
Doxa Comunicación



Análisis de las variables exógenas de calidad de la revista.

En este apartado vamos a describir la presencia de *Doxa Comunicación* en bases de datos e índices nacionales e internacionales de calidad.

Desde el nacimiento de la revista, el equipo editor fue consciente de que la calidad de la publicación no podía basarse en una vana declaración de intenciones ni en el mero compromiso de cumplir un código de buenas prácticas. La calidad de una publicación solo tiene valor cuando es verificada por agentes externos acreditados y es reconocida por la comunidad científica del propio campo de conocimiento.

La verificación externa de la calidad de *Doxa Comunicación* se puede explicar estableciendo dos periodos temporales: antes de 2010 y después de 2010. El motivo de segregar los dos periodos se debe al cese de varios de los indicadores de calidad de las revistas científicas españolas que se produjo durante la primera década del siglo XXI, situación devenida, en muchos casos, por los recortes de la financiación de los proyectos de investigación que los sustentaban.

Desde 2003, fecha del nacimiento de *Doxa Comunicación*, hasta 2010, se produjeron algunos hitos reseñables, como la inclusión en el **Catálogo de Latindex** al cumplir con los 33 criterios de calidad exigidos por esta institución fundada en 1995. En este periodo también fue incluida en la base de

datos del **ISOC-CSIC** a través del proyecto **DICE** (ya extinto), y su factor de impacto fue calculado por los proyectos entonces vivos **IN-RESC** (que en 2009 la situaba en 7.^a posición, 2.^o cuartil, con un índice de impacto de 0,113) y **RESH** (que le asignaba un índice de impacto de 0,104 para el periodo 2005- 2009, con el cumplimiento de 16 criterios establecidos por ANECA y 14 por CNEAI). En esta época, *Doxa Comunicación* comenzó a ser indexada en **Dialnet**, a través de cuya plataforma es posible el acceso a toda la colección.

Figura 7. Índice de impacto de *Doxa Comunicación* calculado por IN-RESC (2009)



ÍNDICE DE IMPACTO
REVISTA ESPAÑOLA DE CIENCIAS SOCIALES
Y DE LA COMUNICACIÓN

[Ayuda](#)
[Estadísticas](#)
[Revistas](#)
[Fuente](#)

Revistas

Artículos

Autores

Instituciones

Impacto por años

Impacto acumulado

Histórico2000-2009/2005-2009

ÍNDICE DE IMPACTO: 2009

Población de revistas: 23

Ordenación por : Índice impacto

3

Cuarta	Posición	TÍTULO DE LA REVISTA	ÍNDICE IMPACTO 2009	TOTAL ARTÍCULOS	TOTAL CÍTES	CÍTES NACIONALES	CÍTES INTERNACIONALES
1ª	1	Revista Latina de Comunicación Social	1.380	24	115	115	0
	2	Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación	0.428	35	15	15	0
	3	Zer. Revista de Estudios de Comunicación	0.357	95	34	34	0
	4	Estudios sobre el Mensaje Periodístico	0.252	95	24	23	1
	5	CIC. Cuadernos de Información y Comunicación	0.250	40	10	10	0
2ª	6	Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación	0.140	71	10	10	0
	7	Doxa Comunicación	0.113	44	5	5	0
	8	Sphera Publica: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación	0.111	36	4	3	1
	9	Tripos	0.109	91	10	10	0
	10	Comunicar. Revista de Medios de Comunicación y Educación	0.092	162	15	15	0
3ª	11	Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación	0.086	220	19	19	0
	12	Conservet / Societat: Revista d'Universitat, Recerca i Societat de la Informació	0.083	36	3	2	1
	13	Análisis: quaderns de comunicació i cultura	0.055	72	4	4	0
	14	Área Abierta	0.044	45	2	2	0
	15	Ícono 14	0.040	50	2	2	0
4ª	16	Comunicación y hombre: revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades	0.040	25	1	1	0
	17	Comunicar. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales	0.032	31	1	1	0
	18	Historia y Comunicación Social	0.027	37	1	1	0
	19	Archivos de la Filmoteca. Revista de Estudios Históricos sobre la Imagen	0.010	98	1	0	1
	20	Público. Revista Internacional de Comunicación y Publicidad	0.000	19	0	0	0
	21	I/C Revista científica de información y comunicación	0.000	39	0	0	0
	22	Elcib net	0.000	18**	0	0	0
	23	Revista Anagrama	0.000	210	0	0	0
	24	Revista de la Asociación de Profesores de la Comunicación	0.000	10	0	0	0
	25	Revista de la Asociación de Profesores de la Comunicación	0.000	10	0	0	0

revista sí comenzó a gestionar la revista de acuerdo con los criterios de calidad editorial propuestos en ARCE e incorporó en 2008 su modelo de ficha de evaluación externa de manuscritos. Para la revista supuso un importante espaldarazo obtener el sello de **Revista Excelente** para el periodo 2014-2017, al tratarse de un reconocimiento considerado por ANECA en sus evaluaciones del programa ACADEMIA y por CNEAI entre sus criterios de evaluación de la actividad investigadora.

En este periodo también cobran protagonismo otros sistemas de valoración de las revistas científicas, como CIRC y MIAR, que permiten a las cabeceras nacionales disponer de un marco de referencia relativo a otras revistas, y que resultan sumamente útiles al poder ser utilizados por los equipos directivos para diseñar el crecimiento y mejora de sus parámetros.

La Clasificación Integrada de Revistas Científicas (**CIRC**), elaborada por el grupo EC3Metrics de la Universidad de Granada, sitúa a *Doxa Comunicación* en una posición B, que agrupa a revistas de calidad, pero con un bajo índice de internacionalización. CIRC considera dos grupos por encima del B: el grupo A y el grupo Excelencia A+. Para poder ingresar en ambos es necesario, por un lado, incrementar la tasa de internacionalización de los autores y, por otro, que el impacto de las publicaciones sitúe a la revista entre los primeros cuartiles del JCR y de SCOPUS.

La Matriz de Información para el Análisis de Revistas (**MIAR**), elaborada por el grupo de investigación I-VIU de la Universidad de Barcelona, otorga a *Doxa Comunicación* en 2017 un Índice Compuesto de Difusión Secundaria (**ICDS**) de 9,6. Este indicador coloca a la revista en una posición interesante si se considera desde una perspectiva relativa a otras prestigiosas cabeceras de la misma área de conocimiento que obtienen un ICDS cercano, como *Comunicar* (10,9), *Comunicación y Sociedad*, (10,0), *Revista Latina de Comunicación Social* (9,8) o *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (7,9).

Figura 8. Ficha de *Doxa Comunicación* en MIAR 2017 con ICDS de 9,6



Matriz de Información para el Análisis de Revistas

Versión 2017 live

[Inicio](#)
[¿Qué es MIAR?](#)
[Buscar](#)
[Gráficos ...](#)
[Sugerir revista](#)
[Intranet](#)
[Contacto](#)
[català](#)
[english](#)

>> lista

DOXA COMUNICACIÓN : REVISTA INTERDISCIPLINAR DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

ISSN 1696-019X

[Visibilidad](#)
[Información del editor](#)

Título

DOXA COMUNICACIÓN : REVISTA INTERDISCIPLINAR DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

ISSN relacionados

2386-3978

País

España

URL

<http://www.doxacomunicacion.es>

Ambito

COMUNICACIÓN SOCIAL, SOCIOLOGÍA

Campo académico

CIENCIAS SOCIALES EN GENERAL, COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

Indizada en

Emerging Sources Citation Index, Fuente Academica Plus, DOAJ, DIALNET

Evaluada en

CARHUS Plus+ 2014 (grupo B)
 Directory of Open Access Journals
 ERIH+Plus
 LATINDEX (Catálogo)
 Sello de calidad FECYT

Políticas OA

Dulcinea **color Azul**

ICDS

ISSN: 2386-3978,2386-3978
 Está en índices de citas (Emerging Sources Citation Index) = +3.5
 Está en dos o más bases datos de indización y resumen o en DOAJ (Fuente Academica Plus, DOAJ) = 3+2 = 5
 Antigüedad = 14 años (fecha inicio: 2003)
 Pervivencia: log₁₀(14) = +1.1
ICDS = 9.6





ShareThis

ICDS anuales

ICDS 2016:	7,6
ICDS 2015:	3,579
ICDS 2014:	3,541
ICDS 2013:	3,500
ICDS 2012:	3,454
ICDS 2011:	3,403
ICDS 2010:	3,345
ICDS 2009:	3,278
ICDS 2008:	3,199

Fuente: MIAR (www.miar.ub.edu)

En cuanto a la presencia en bases de datos e índices internacionales, cabe señalar que *Doxa Comunicación* entró a formar parte de **Fuente Académica Plus** de **EBSCO**, el 12-01-2013, y en noviembre de 2016 fue incluida en **Emerging Sources Citation Index (ESCI)**. ESCI es una base de datos de Clarivate Analytics en la que figuran revistas de calidad que están siendo evaluadas para ingresar en la colección principal de la Web of Science. Más recientemente, el 10-08-2017, fue incluida en el **European Index for the Humanities and Social Science (ERIH PLUS)**.

Figura 9. Últimas bases de datos y directorios internacionales que han incluido *Doxa Comunicación*



En cuanto a la política de acceso a los contenidos, *Doxa Comunicación* apostó desde el principio por el acceso universal, abierto y gratuito a todos los contenidos de la colección, de acuerdo con la **Declaración de BOAI** (*Budapest Open Access Initiative*). La base de datos **Dulcinea** la clasifica en el grupo Azul. También ha sido incluida en el **Directory of Open Access Journals (DOAJ)** el 11-10-2017, siempre guiados por el principio de favorecer la máxima difusión de los contenidos y el mayor impacto de los trabajos publicados.

En línea con el objetivo de garantizar el acceso digital a la revista, la colección completa de *Doxa Comunicación* está alojada en el **Repositorio Institucional** de la Fundación Universitaria San Pablo CEU, basado en la tecnología DSpace (www.dspace.ceu.es). Asimismo, es posible acceder al archivo histórico de la revista desde el **Repositorio Español de Ciencia y Tecnología (RECYT)** (<https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom>).

Últimas mejoras implementadas

Siempre hay margen de mejora. Una revista sin ánimo de lucro, cuya vocación es prestar un servicio de calidad a la comunidad científica, tendrá ante sí el reto permanente de incrementar la difusión y el impacto de las investigaciones publicadas por sus autores.

En el caso de *Doxa Comunicación*, este objetivo se está afrontando sobre dos ejes de actuación interconectados: la **internacionalización** y la **publicación bilingüe** español/inglés de los artículos y ensayos científicos.

Ambos parámetros (edición bilingüe e internacionalización) están relacionados entre sí, y apuntan al objetivo general de posicionar a la revista en un escenario científico global, pues la investigación que se realiza en distintas partes del mundo está, necesariamente, interconectada. Es un hecho que la edición monolingüe, aun tratándose de un idioma tan poderoso como el español, produce una doble limitación: por un lado, restringe al mundo hispanohablante la proyección de las investigaciones publicadas y de sus autores; por otro, disuade a autores internacionales, especialmente del mundo angloparlante, de publicar sus trabajos en *Doxa Comunicación*.

En 2016, la revista reunió a un grupo de traductores profesionales nativos que se encargan de consolidar el inglés de los títulos, resúmenes y palabras clave, y de traducir los artículos y ensayos científicos bajo demanda de los autores.

Con esta estrategia se esperan obtener los siguientes resultados:

1. Ampliar la difusión internacional de las investigaciones publicadas en la revista.
2. Dar a conocer a sus autores en ámbitos científicos internacionales.
3. Atraer el interés de autores extranjeros que deseen publicar en una revista de calidad con amplia difusión en el mundo hispanohablante.
4. Potenciar la publicación de investigaciones que aborden problemas globales o desde una perspectiva global, en detrimento de los enfoques excesivamente locales.
5. Auspiciar una evaluación favorable por parte de las bases de datos e índices de calidad internacionales, como JCR o SCOPUS, de los que *Doxa Comunicación* aspira a formar parte.

Otro capítulo relacionado con las mejoras incorporadas es el relativo a la **gestión de los originales** y la **relación con los autores y revisores externos**.

Los responsables de las revistas científicas afrontamos la responsabilidad de dispensar a los autores el respeto que todos merecen y tratar los manuscritos con el máximo rigor y profesionalidad. En *Doxa Comunicación* trabajamos denodadamente por acortar los plazos de respuesta a los autores. Se trata de una cuestión demandada por ellos y, en ocasiones, impuesta por la obsolescencia de las propias investigaciones.

La gestión del proceso editorial que va desde que un autor envía un artículo hasta que se publica o no representa el grueso de la actividad de una revista científica, por lo que resulta necesario implementar “un sistema de gestión editorial que ayude a controlar, agilizar y hacer más eficiente el ciclo” (Jiménez-Hidalgo, Giménez-Toledo y Salvador-Bruna, 2008).

Para mejorar la experiencia del usuario y agilizar la relación con los revisores externos, la revista optó por incorporar un sistema de gestión editorial basado en la plataforma OJS. Esta herramienta ha permitido a los *autores* conocer puntualmente la fase editorial en que se encuentra su manuscrito; a los *editores*, garantizar la trazabilidad de todos los procesos y mejorar la selección de revisores externos especializados; a los *revisores*, disponer de una interfaz más sencilla y automatizada para la evaluación de los manuscritos.

En relación con el proceso de evaluación de originales, *Doxa Comunicación* está ampliando permanentemente el número de revisores externos con un doble objetivo: por un lado, mejorar la asignación de manuscritos a revisores especializados en las respectivas áreas temáticas; esto permitirá un proceso de evaluación más riguroso y enriquecedor para los autores, y por extensión, una mayor calidad de los trabajos finalmente publicados; por otro lado, un plantel amplio y variado de revisores externos evita la saturación de solicitudes, condición básica para que los informes estén bien argumentados y puedan ser atendidos en tiempo y forma.

Proyecto de futuro

El equipo editorial de *Doxa Comunicación* afrontará en próximas fechas nuevas acciones de mejora que se pueden agrupar en tres apartados: difusión, impacto e internacionalización.

Difusión

La revista va a renovar en 2018 la **página web**, que es su principal canal de comunicación externa. Se busca un diseño más funcional, intuitivo y moderno, basado en tecnologías que simplifiquen el proceso de actualización de contenidos y permita a los editores reducir la actual dependencia de gestores informáticos. Además de las funcionalidades actuales, como el acceso a todo el archivo de la revista o la descarga de las normas de publicación e instrucción para autores y revisores, el nuevo sitio web deberá permitir el acceso y plena funcionalidad desde dispositivos móviles.

En línea con esta renovación, se potenciará la presencia de *Doxa Comunicación* en **redes sociales**. Actualmente, solo se dispone de un canal de Twitter, por lo que se pretende diseñar una estrategia de desarrollo en otras redes que permita consolidar y ampliar la comunidad @DoxaCom.

Igualmente, se va a mejorar el protocolo de difusión de cada nuevo número publicado. La plataforma de gestión editorial OJS ofrece instrumentos de visibilidad y distribución que todavía no se están aprovechando en toda su potencialidad.

Impacto

Como se indicó anteriormente, los directores de revistas españolas de Comunicación consideraron que la principal función de las revistas es ayudar a la acreditación del profesorado universitario. Para la consecución de este fin, los editores no podemos sustraernos a la realidad de que las agencias de evaluación (ANECA y autonómicas, CNEAI, Subdivisión de Coordinación y Evaluación de la Agencia Estatal de Investigación) utilizan el **factor de impacto** de las revistas como principal indicador de la calidad de una publicación. Afortunadamente no es el único criterio tenido en cuenta, pero sí el más relevante.

Este hecho presenta dificultades y sesgos que han sido estudiados por especialistas y que deberían llevar a las autoridades públicas a reglamentar con precaución y no considerar que la calidad de una publicación está exclusivamente referida a su índice de impacto (que, como es sabido, se calcula a partir de las citas recibidas por los artículos publicados en una revista en un periodo de tiempo). Factores como la región geográfica, la lengua, la obsolescencia de la investigación en función del área de conocimiento, el acervo de la disciplina, la madurez de la comunidad científica de referencia, etc., son circunstancias que condicionan el mencionado factor de impacto.

Sin embargo, estos sesgos característicos de la divulgación científica en determinadas disciplinas (como las Humanidades y las Ciencias Sociales) y en ciertas regiones geográficas (como España) se ven agravados por la inexistencia de un organismo público que proporcione a las agencias de evaluación estatales un índice de impacto para las revistas españolas de todos los campos científicos. Este instrumento solucionaría la extraña situación de que las autoridades públicas españolas estén evaluando las carreras de sus profesores e investigadores con parámetros calculados por empresas privadas extranjeras.

Dicho esto, consideramos que un discurso crítico sería de todo punto estéril si se limitara a denunciar esta circunstancia sin trabajar por salvarla. *Doxa Comunicación* percibe este momento como una oportunidad. El prestigio y el acervo de 15 años de labor editorial ininterrumpida puede ser aprovechado por la revista para continuar creciendo por medio de medidas que potencien la visibilidad de la cabecera, atraigan el interés de investigadores

nacionales e internacionales y aumenten el impacto de los trabajos publicados. Es decir, mientras las autoridades públicas no reconfiguren el *terreno de juego*, nuestra revista asumirá las reglas y tratará de actuar del modo más beneficioso para los autores que le confían sus manuscritos.

En este sentido, entendemos que la actitud más responsable consiste en adoptar los mecanismos necesarios para *Doxa Comunicación* incrementando su impacto y su visibilidad, en sintonía con lo expresado en la reciente *Guía metodológica para la creación de una clasificación de revistas en Ciencias Humanas y Sociales, destinada a las agencias de evaluación del mérito docente e investigador*, editada y coordinada por FECYT. Sus autores aluden a la necesidad de que las agencias de evaluación y acreditación dispongan de una clasificación objetiva que les permita graduar la calidad de los méritos del investigador en función de la revista donde hayan publicado: “El propósito de la metodología es permitir una categorización más específica de las revistas que amplíe el alcance de este reconocimiento [sello de calidad de FECYT]” (Sanz-Casado, De Filippo y Aleixandre-Benavent, 2017: 5).

La nueva metodología propuesta por FECYT se basa en dos factores clave de una revista, como son el **impacto** y la **visibilidad**. El factor de impacto supondrá un 70% de la calificación global obtenida por la revista, y la visibilidad, el 30%. Ambos serán calculados en función de algoritmos que consideran la posición y presencia de la revista en los siguientes índices de calidad y bases de datos internacionales: JCR, WoS, Índice h en WoS, ESCI, SCOPUS, SJCR, SciELO, Índice H en SJCR, ERIH PLUS, Índice h5 en GSM, MIAR-ICDS, Catálogo Latindex (Sanz-Casado, De Filippo y Aleixandre-Benavent, 2017: 32-33).

Un reto perentorio para *Doxa Comunicación* consiste en aumentar el número de artículos publicados cada año. El objetivo es mantener una tasa anual superior a 20, de modo que se alcancen los 100 artículos publicados en 5 años y cumplir con este criterio establecido por **Google Scholar Metrics** (GSM) para indexar la revista. La metodología empleada por GSM cuando lanzó este producto en 2012 dejó fuera a un número importante de revistas (Cabezas-Clavijo y Delgado López-Cózar, 2012), de modo que la nueva herramienta no llegaba a cubrir ni la mitad de las revistas de Comunicación circulantes en el mundo (Delgado López-Cózar y Repiso Caballero, 2013). En un trabajo posterior también efectuado en el seno del grupo EC3Metrics que corregía algunas de las deficiencias detectadas, *Doxa Comunicación* recibió, para el periodo 2008-2012, un índice H = 5 (Ayllón, Ruiz Pérez y Delgado López-Cózar, 2014). En cualquier caso, publicar al menos 100 artículos en 5 años se presenta como un objetivo inaplazable y a la vez palusible para nuestra revista.

Igualmente, la aspiración de la revista de ser incluida en las diferentes bases de datos de la Web of Science y en SCOPUS pasan por favorecer la llegada de investigaciones originales que aborden problemas universales o tratados desde una perspectiva global. Estas bases de datos son internacionales y obviamente favorecen a las revistas que publican investigaciones interesantes para comunidades extensas y variadas. Las contribuciones centradas en aspectos excesivamente locales pueden afectar negativamente al impacto de la revista al constreñir el número de lectores interesados en esos resultados.

Internacionalización

Este objetivo está estrechamente ligado con el anterior y se puede entender de dos maneras correlativas: por un lado, la atracción de autores extranjeros afiliados a centros prestigiosos de investigación; por otro, la difusión de los contenidos publicados en nuevos ámbitos científicos.

Respecto a la atracción de autores extranjeros, hay que asumir que solo un factor de impacto elevado hará que investigadores de otros países decidan publicar en una revista española. Un elemento que juega a favor de nuestra cabecera es la comunidad científica hispanohablante (incluyendo Latinoamérica y Estados Unidos), entre quienes *Doxa Comunicación* podría tener eventualmente más éxito, así como entre autores europeos gracias a los contactos derivados de programas de intercambio y movilidad del profesorado, y las investigaciones desarrolladas en grupos de investigación interuniversitarios que trabajan en red en alguno de los programas de la Unión Europea.

Respecto a la difusión de los contenidos en nuevos ámbitos científicos, la edición bilingüe español/inglés contribuirá a este objetivo y nos permitirá optar a la inclusión de la revista en ciertas bases de datos de prestigio que valoran especialmente la publicación en inglés.

Por último, si bien alojar todos los contenidos de *Doxa Comunicación* en el Repositorio Institucional de la Fundación Universitaria CEU San Pablo, en el Repositorio Español para la Ciencia y la Tecnología (RECYT), y en el Directory of Open Access Journals (DOAJ), entre otros, han sido avances que garantizan la difusión y la localización digital permanente de toda la colección, se va a potenciar esta representación con la asignación del Digital Object Identifier (DOI) y la inclusión en nuevos repositorios internacionales como Redalyc.

Conclusiones

La madurez y los logros conseguidos hasta ahora sitúan a la revista *Doxa Comunicación* en un momento de su biografía propicio para afrontar un futuro más ambicioso desde el punto de vista del impacto y la visibilidad internacionales.

Durante la **primera época**, que va desde su nacimiento en 2003 hasta 2010, la revista fue creciendo y configurándose con la incorporación progresiva de los estándares de calidad editorial de este tipo de publicación científica.

En 2005, ingresó en el Catálogo Latindex con el cumplimiento de los 33 criterios establecidos por esta institución.

Comenzó a estar representada en las bases de datos de ISOC-CSIC y ponderada a través del proyecto DICE-CINDOC.

En noviembre de 2008 dejó la periodicidad anual y comenzó a publicarse semestralmente. Por entonces, la revista ya cumplía con los 16 criterios de ANECA y los 14 de CNEAI en sus respectivos procesos de evaluación y acreditación.

En 2009, IN-RESC le asignaba un índice de impacto de 0,113, que la colocaba en 7.^a posición, 2.^o cuartil, de las revistas españolas de Ciencias Sociales editadas en aquel entonces.

En la misma época, RESH le asignaba un índice de impacto de 0,104 para el periodo 2005-2009, y estaba incluida en el catálogo de Dialnet.

A partir de 2010, comienza una **segunda época** en la trayectoria de *Doxa Comunicación*. Las restricciones presupuestarias para el I+D+i devenidas de la crisis económica privaron a las revistas españolas de algunos referentes bibliométricos que venían proporcionando proyectos como DICE, IN-RESC y RESH.

Doxa Comunicación opta, entonces, por someterse a la evaluación de calidad de revistas científicas del proyecto ARCE auspiciado por FECYT, y obtiene el Sello de Calidad en octubre de 2014.

En 2013 había entrado en la base de datos internacional Fuente Académica Plus, de EBSCO.

CIRC comienza a clasificarla en la categoría B, que agrupa a revistas de calidad, pero con baja presencia internacional.

Efectivamente, en estos años que van de 2010 a 2015, la revista obtiene en MIAR un ICDS de entre el 3,4 y el 3,5, claro indicador de la necesidad de aumentar la visibilidad internacional de la revista, reto que asume el equipo directivo.

En octubre de 2016, la revista es incluida en ESCI (WoS -Clarivate Analytics); en agosto de 2017, en ERIH PLUS; y en octubre de 2017, en DOAJ.

El ICDS de 2016 fue de 7,6, y el de 2017, de 9,6.

En 2016 también se implementaron dos nuevas mejoras: la gestión editorial a través de la plataforma OJS de RECYT y la edición bilingüe español/inglés de todos los artículos y ensayos científicos.

A partir de aquí, y siguiendo con el relato cronológico, se podría decir que *Doxa Comunicación* se enfrenta a una **tercera época** que debe estar orientada por el objetivo de ingresar en las bases de datos internacionales más prestigiosas que le reporten un factor de impacto relevante.

Va a ser una época marcada por la internacionalización de los autores y de los contenidos, y por el aumento de la visibilidad y del impacto de las investigaciones publicadas en la revista.

Se pretende mejorar la difusión, la gestión editorial y la fidelización de la comunidad científica formada por editores, autores, revisores y lectores.

Se deberá elevar la media de 14 artículos al año hasta alcanzar los 20 como mínimo, con el objetivo de que en 5 años se hayan publicado no menos de 100 artículos y la revista comience a ser indexada por Google Scholar Metrics. El reto de conseguirlo sin rebajar la exigencia de la evaluación ciega de originales (la tasa media de aceptación está en torno al 50%) pasa por incrementar la tasa de recepción, cuya media anual ronda los 25 artículos.

Además, la revista debe preponderar la publicación de artículos procedentes de proyectos de investigación, cuyos resultados aporten conocimiento nuevo y original que permita avanzar en nuestros campos de estudio. Se pedirá a los autores que eviten los temas excesivamente locales y que propongan artículos que aborden problemas de interés universal o basados en aproximaciones que favorezcan la interacción con grupos de investigación internacionales.

Estas mejoras se espera que propicien, en un periodo de tiempo razonable, la revista escale posiciones entre sus pares nacionales y amplíe su presencia internacional, lo que repercutirá en el reconocimiento de los autores que en ella publican.

No se avanza a ciegas hacia *terra incógnita*. Las reglas de juego son conocidas, el camino está descrito, y prestigiosas revistas españolas lo han recorrido con éxito. En *Doxa Comunicación*, tenemos la ilusión para intentarlo y el convencimiento de que es posible conseguirlo.

Referencias bibliográficas

- Ayllón, J. M.; Ruiz Pérez, R. y Delgado López-Cózar, E. (2014). Índice H de las revistas científicas españolas según Google Scholar Metrics (2008-2012). *EC3 Reports*, 7. Granada. DOI <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3487.6243>
- Baladrón-Pazos, A. J. y Correyero-Ruiz, B. (2012). Futuro de las revistas científicas de comunicación en España. *El profesional de la información*, v. 21, n. 1, 34-42.
- Cabezas-Clavijo, A.; Delgado-López-Cózar, E. (2012). Las revistas españolas de Ciencias Sociales y Jurídicas en Google Scholar Metrics, ¿están todas las que son? *EC3 Working Papers*, 2. Recuperado de <http://ec3noticias.blogspot.com.es/2012/04/las-revistas-espanolas-de-ciencias.html>
- Delgado López-Cózar, E. y Repiso Caballero, R. (2013). El impacto de las revistas de comunicación: comparando Google Scholar Metrics, Web of Science y Scopus. *Comunicar*, n. 41, v. XXI, 45-52. <https://doi.org/10.3916/C41-2013-04>
- Doxa Comunicación (2003): Presentación. *Doxa Comunicación*, n. 1. Recuperado de http://www.doxacomunicacion.es/es/sobre_doxa/
- Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) (2007): *Proyecto ARCE de apoyo a la profesionalización e internacionalización de las revistas científicas españolas*. Recuperado de <https://calidadrevistas.fecyt.es>
- Jiménez-Hidalgo, S.; Giménez-Toledo, E. y Salvador-Bruna, J. (2008). Los sistemas de gestión editorial como medio de mejora de la calidad y la visibilidad de las revistas científicas. *El profesional de la información*, mayo-junio 2008, v. 17, n. 3, 281-291. DOI: <https://10.3145/epi.2008.may.04>
- Ministros Europeos de Educación Superior (1999). *Declaración de Bolonia*. Recuperado de <http://tecnologiaedu.us.es/mec2011/htm/mas/2/21/6.pdf>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2003). *La integración del sistema universitario español en el Espacio Europeo de Educación Superior*. Recuperado de <http://tecnologiaedu.us.es/mec2011/htm/mas/2/21/7.pdf>

(2017). Resolución de 23 de noviembre de 2017, de la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora, por la que se publican los criterios específicos aprobados para cada uno de los campos de evaluación. *Boletín Oficial del Estado*, 1-12-2017. Recuperado de <http://www.boe.es/boe/dias/2017/12/01/pdfs/BOE-A-2017-14085.pdf>

Sanz-Casado, E.; De Filippo, D. y Aleixandre-Benavent, R. (2017). *Guía metodológica para la creación de una clasificación de revistas en ciencias humanas y sociales, destinada a las agencias de evaluación del mérito docente e investigador*. Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología. Recuperado de https://calidadrevistas.fecyt.es/sites/default/files/informes/guia_ccss_hum_def.pdf